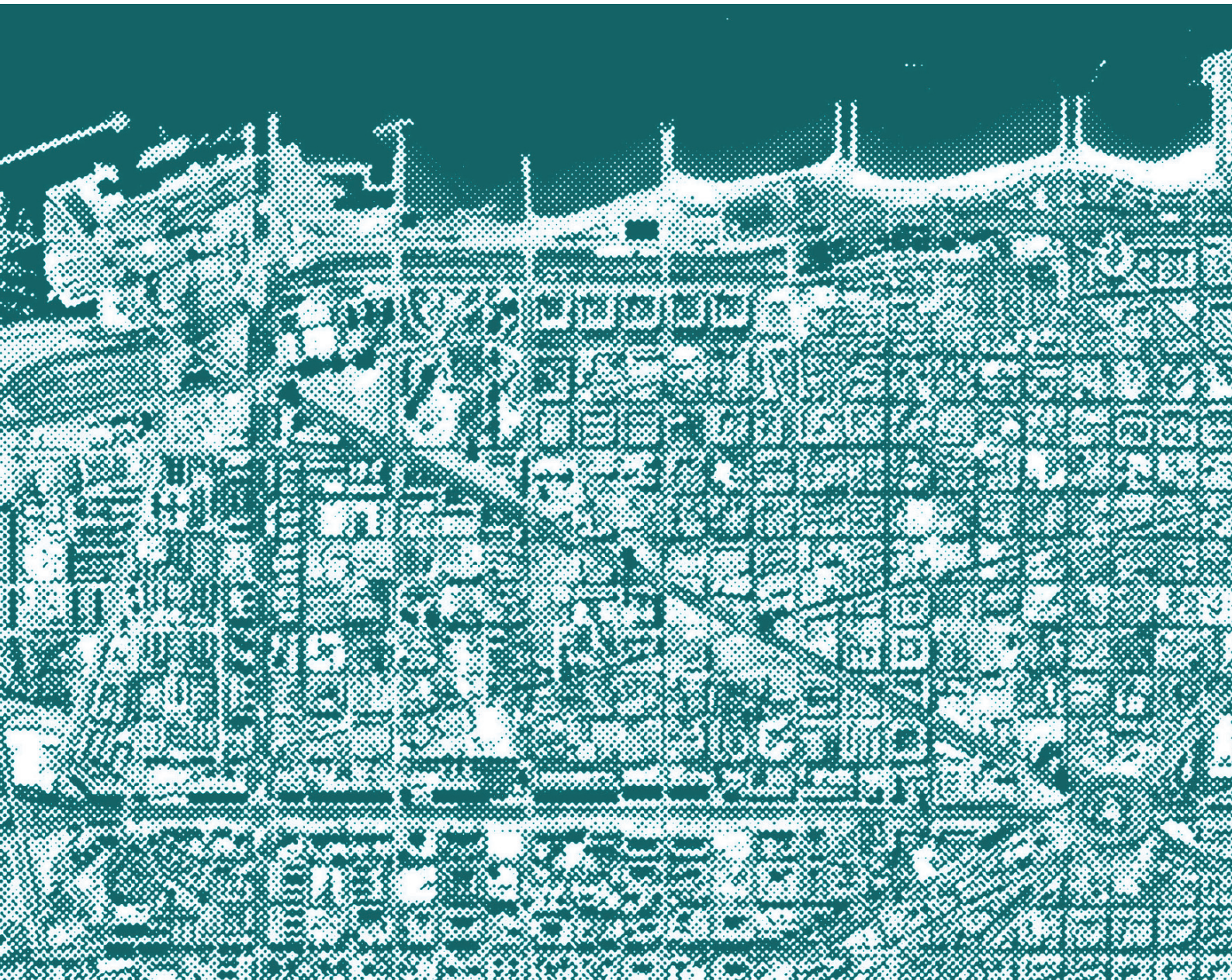




PROGRAMA MARCA BARCELONA

**Encuesta sobre la Marca Barcelona
'Survey on the Barcelona City Brand'**

Octubre 2013



BCD Barcelona Centro de Diseño impulsa el Programa Marca Barcelona con el objetivo de promover y potenciar la marca Barcelona, apoyando a aquellas empresas que deseen incorporarla en su estrategia empresarial, para ayudarlas en su crecimiento y/o en su internacionalización.

Uno de los objetivos principales de este programa es la recopilación de datos sobre el posicionamiento de la ciudad y su marca. En este marco, BCD ha elaborado la encuesta 'Survey on the Barcelona City Brand', un cuestionario dirigido a su red de contactos internacionales con el objetivo de aportar datos sobre los valores que definen la Marca Barcelona, los factores más relevantes a la hora de establecer un proyecto de inversión en una determinada ciudad, y el ranking de las ciudades globales más creativas.

MUESTRA

BCD ha distribuido la encuesta entre un total de 390 profesionales con cargos directivos y ejecutivos en empresas e instituciones internacionales vinculadas al mundo de la tecnología, las industrias creativas y la innovación.

Se han recibido un total de 82 respuestas de profesionales que pertenecen, principalmente, a diferentes perfiles de organizaciones europeas.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. Valores y atributos de la Marca Barcelona

A la hora de describir los cinco valores y atributos que mejor definen la marca Barcelona, se han sugerido conceptos vinculados a la empresa y a las industrias creativas, con la posibilidad de elegir múltiples opciones y de sugerir otras.

De los resultados obtenidos destacan la creatividad (con un 19,6%), el diseño y el desarrollo urbano (con un 19%), y la infraestructura creativa (con un 10,4%) como valores más destacados. Se consideran también el talento emergente (con un 8,5%), el laboratorio de nuevos conceptos (con un 7,7%), la innovación social (con un 7,5%) y la innovación emocional (con un 7,2%).

A un nivel más bajo se posicionan la emprendeduría y las start-ups (con un 4,4%), la capacidad de transformar ideas en negocios (con un 2,9%) y la innovación tecnológica (con un 2,4%).

Se añaden a este listado (un 10,4% de respuestas abiertas) atributos como el estilo y la calidad de vida, la cultura y la arquitectura, y la definición de Barcelona como una ciudad contemporánea, con visión de futuro ambicioso y en transformación continua, entre otros.

Valores y atributos de la marca Barcelona (%)



2. Ranking de las ciudades globales más creativas

Las respuestas recibidas sitúan las ciudades de San Francisco (con un 15%) y Londres (con un 14%) como líderes a nivel creativo, ambas con un posicionamiento internacional destacado, respectivamente, por su potencial innovador y emprendedor, y por su relevancia económica y social, que se traduce en un tejido empresarial, cultural y creativo líder en muchos aspectos.

En tercera posición figura Nueva York (con un 12%), 'capital cultural' de EEUU, y una de las marcas de ciudad más reconocidas del ámbito internacional; y en cuarto lugar se sitúa Barcelona (con un 11%).

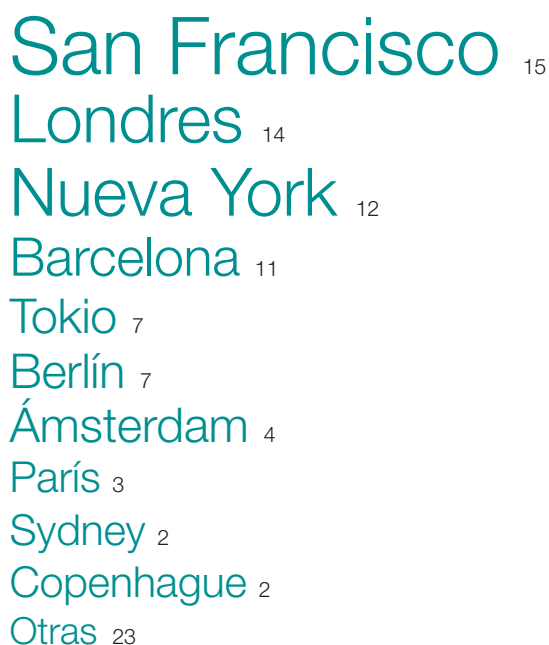
Las siguientes ciudades más destacadas son Tokio y Berlín (con un 7% cada una), y a más distancia Ámsterdam (con un 4%), París (con un 3%), y Sydney y Copenhague (con un 2%).

3. Factores claves para invertir en una ciudad

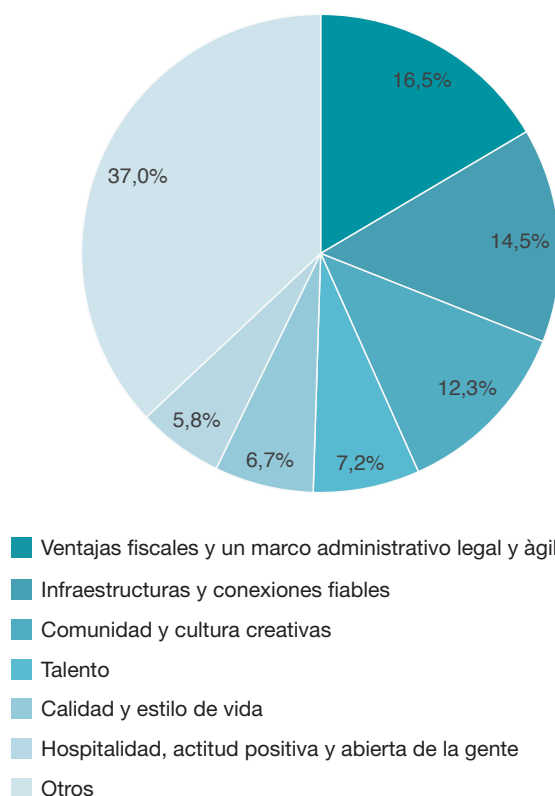
A la pregunta sobre los tres factores más relevantes de una ciudad para establecer un proyecto de inversión, los resultados de la encuesta indican que es imprescindible contar con unas ventajas fiscales y un marco administrativo y legal ágil que facilite la creación de nuevas empresas (con un 16,5%), con infraestructuras y conexiones fiables (con un 14,5%), y con una comunidad y una cultura creativas (con un 12,3%).

Se consideran también importantes el talento (con un 7,2%), la calidad y el estilo de vida (con un 6,7%), y la hospitalidad y la actitud positiva y abierta de la gente (con un 5,8%).

Ciudades globales más creativas (%)



Factores determinantes para invertir (%)



PRINCIPALES CONCLUSIONES

Como principal conclusión cabe decir que el potencial creativo, la concentración de talento y la diversidad de los profesionales, y el posicionamiento internacional de la marca Barcelona son los activos más destacados de la ciudad según la percepción general de los encuestados.

Por otra parte, se añaden otros factores como la infraestructura creativa con una excelente oferta formativa, el diseño, la innovación, el desarrollo urbano, la calidad de vida, la eficiencia en la gestión global de la ciudad o su dinamismo como elementos que contribuyen a potenciarla como capital creativa.

La cuarta posición de Barcelona en el ranking de ciudades más creativas pone de manifiesto su buen posicionamiento internacional, situándose por delante de capitales como Berlín, Tokio, Ámsterdam o París, y muy cerca de Nueva York, Londres y San Francisco, que encabezan el listado.

A pesar del potencial creativo de la ciudad y el reconocimiento global de la marca Barcelona alcanzado en los últimos 25 años, de las respuestas obtenidas se desprende que es necesario reforzar y planificar acciones a medio y largo plazo para mantener este estatus y convertirlo en uno de los principales activos que garanticen la competitividad del tejido socioeconómico de la ciudad.

En base a los resultados de la encuesta, BCD propone:

1. Reforzar los valores emergentes de la Marca Barcelona, como la innovación emocional, la innovación social, la ciudad como laboratorio de nuevos conceptos o la emprendeduría, vinculados a la creatividad.
2. Potenciar la utilización de la Marca Barcelona entre las empresas y los profesionales creativos para su posicionamiento y la internacionalización de sus productos y servicios.
3. Establecer mecanismos que contribuyan a la atracción de empresas internacionales y habilitar equipamientos de entorno creativo que faciliten su establecimiento en la ciudad.



Barcelona Centre de Disseny

BCD Barcelona Centre de Disseny
Av. Diagonal 452 5ª planta
08006 Barcelona

+34 932 182 822
www.bcd.cat

BCD Barcelona Centro de Diseño es una entidad privada de promoción y dinamización del diseño con más de 40 años de experiencia al servicio de las empresas y las instituciones públicas. Tiene como objetivos principales promover el diseño como factor clave de innovación y competitividad, crear valor económico y social, proyectar internacionalmente la marca Barcelona y Cataluña como referentes en creatividad e innovación, y favorecer la atracción de talento e inversión.

Creado en 1973 como primer centro de promoción del diseño del estado, actualmente BCD impulsa actividades y proyectos enmarcados en tres ámbitos de actuación: Política de Diseño, Crecimiento Empresarial y Emprendeduría Creativa, y Promoción e Internacionalización.

BCD impulsa el Programa Marca Barcelona con el objetivo de promover y potenciar la marca Barcelona, apoyando a aquellas empresas que deseen incorporarla en su estrategia empresarial, para ayudarlas en su crecimiento y/o en su internacionalización.